

Канд. екон. наук Яковенко В. С., Литвиненко Ю. І.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СТАРТАПИ ЯК СПОСІБ ВВЕДЕННЯ В СУЧАСНІ КОМПАНІЇ ІННОВАЦІЙ

Згідно висловлюванню відомого фахівця в галузі менеджменту Пітера Друкера будь-яка компанія має скелет у вигляді інформації, яку слід час від часу оновлювати, щоб бути конкурентоспроможними на ринку. В сучасних умовах інформація повинна породжувати певний результат у вигляді інноваційних рішень, що призводять до збільшення ефективності від їх діяльності та підвищують конкурентоспроможність на ринку [1].

Існує багато способів збільшення рівня інноваційності та ефективності підприємства. У звіті Boston Consulting Group (BCG) і Національної асоціації виробників (NAM) вказані вісім способів збільшення інновацій. У цьому звіті було проведено опитування корпоративних членів NAM, які представляли компанії всіх розмірів з різних галузей. У цьому 32-сторінковому звіті оцінюється стан інновацій в компаніях США, включаючи визначення того, як США займають лідерські позиції в області інновацій [2]. У звіті визначені наступні вісім методів, які компанії можуть використовувати для генерації високоякісних інноваційних ідей:

1. Збільшення інвестицій в генерацію ідей.
2. Розвиток розуміння клієнтів.
3. Забезпечення зосередженості на керівному рівні та спонсорстві.
4. Створення сприятливої корпоративної культури.
5. Ефективне використання зовнішніх джерел ідей.
6. Співпраця з постачальниками для пошуку нових ідей.
7. Виділення додаткових ресурсів на інновації.
8. Забезпечення стимулів і винагород за інновації [2].

Отже, з вищенаведених восьми методів можна виділити та об'єднати в загальний метод, який, на думку авторів є більш ефективним, а саме використання

зовнішніх та внутрішніх джерел ідей, співпраця з партнерами, стимулювання та фінансування інновацій. У сучасних умовах стартапи можуть бути результатом нововведень завдяки генеруванню ідей виходячи з потреб чи проблем внутрішнього або зовнішнього середовища людини чи компанії в цілому. Важливо розуміти сутність поняття стартапу. Стартап – це молода компанія, заснована одним або кількома підприємцями для розробки унікального продукту чи послуги та виведення їх на ринок [3]. За своєю природою типовий стартап, як правило, є оперативною операцією, яку первісно фінансують засновники або їх друзі чи колеги. На ранніх стадіях стартап-компанії отримують невеликий або зовсім не надходить прибуток. Вони уявляють, що їм потрібно розробляти, тестувати та продавати. Це вимагає значних грошей, і власники стартапів мають кілька потенційних джерел. Традиційні джерела фінансування включають позики малого бізнесу від банків або кредитних спілок, фінансування державою позики адміністрації малого бізнесу від місцевих банків та гранти, надані, частіше за все, некомерційними організаціями. Так звані інкубатори, які часто асоціюються з бізнес-школами та іншими некомерційними організаціями, забезпечують наставництво, офісні приміщення та початкове фінансування для стартапів [3].

Взагалі інвестори активно шукають перспективні стартапи, щоб заробити гроші в обмін на частку в компанії, як тільки вона вийде з місця та почне приносити гарні прибутки [3].

Розробки стартапів всередині компанії є доволі привабливим методом для збільшення ефективності організації діяльності компанії та збільшення прибутковості. По-перше, можливість подолання «скляної стелі», тобто «злетіти», якщо людина працює за наймом, що є швидше винятком з правил, а в стартапі це відбувається разом з успіхом проекту. По-друге, це стрімке збільшення бізнес-навичок. Досить швидко учасники стартапу пізнають, як знаходити і затверджувати ідеї, як перевіряти гіпотези. Кожен підприємець в якійсь мірі продавець, але робота в стартапі відточує це вміння до неймовірної гостроти. І нарешті, третя причина – почуття, що все залежить тільки від вашої команди [4]. Мета будь-якої

компанії – зберегти стійкість, прибуток, який можна отримувати завдяки продуктивній праці персоналу та його мотивації, яку можна підтримувати наданням можливості розробити та втілити в життя власні ідеї, які переростуть у стартап всередині компанії. Слід організувати або окремі підрозділи для цілеспрямованої та детальної праці над проектом, або ж організувати корпоративні конкурси серед робітників на кращу ідею та дозволити їм це розробляти далі. Фінансування можна виділяти з своїх коштів або ж інвестувати в стартапи персоналу разом з партнерами компанії.

Отже, провівши аналіз стартапів та дізнавшись про важливість та необхідність інновацій для сучасних компаній можна зробити висновки, що стимулювання та фінансування розробки стартапів всередині компанії її фахівцями слугуватиме продуктивним засобом мотивації персоналу та збільшення фінансових показників компанії у разі успішної реалізації цих проектів в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Друкер Питер Ф. Информация, которая действительно нужна руководителю / В кн. Измерение результативности компании: Пер. С англ. – М: Альпина Бизнес Букс. 2006. – 220 с.
2. Eight Ways to Increase Innovation URL: <https://managementisajourney.com/fascinating-numbers-eight-ways-to-increase-innovation/>(дата звернення: 27.02.2021);
3. Startup Definition URL: <https://www.investopedia.com/ask/answers/12/what-is-a-startup.asp> (дата звернення: 27.02.2021);
4. Стартапы внутри корпораций URL: <https://www.it-world.ru/it-news/market/168947.html> (дата звернення: 27.02.2021).